

# **МІЖНАРОДНІ ЧЕЛПАНІВСЬКІ ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ ЧИТАННЯ**

(у рамках  
VIII Міжнародного фестивалю  
«СВІТ ПСИХОЛОГІЇ: освіта, наука, інновації»)

ТЕМАТИЧНИЙ ВИПУСК

**МІЖНАРОДНІ ЧЕЛПАНІВСЬКІ  
ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ  
ЧИТАННЯ**

Виш. 37 (4), Том I (23), 2016-2018 р.



Рекомендовано Вченою радою  
ДВНЗ "Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет  
імені Григорія Сковороди". Протокол № 4 від 19 жовтня 2016 р.  
Видання здійснене за сприяння Міжнародної Експертної Агенції  
"Консалтинг і Тренінг" та Східно-Європейського Інституту Психології



Редакційна колегія випуску:  
Кремень В.Г., Савченко О.Я., Маноха І.П., Рубцов В.В., Гусева О.П., Сєрова О.Є.,  
Ляшенко О.І., Коцур В.П., Рик С.М., Марцинковська Т.Д.

Відповідальний редактор випуску:  
доктор психологічних наук, професор Маноха І.П.

Гуманітарний вісник ДВНЗ "Переяслав-Хмельницький державний педагогічний  
університет імені Григорія Сковороди" – Вип. 37(4), Том I (23): Тематичний випуск  
"Міжнародні Челпанівські психолого-педагогічні читання". – Друге видання.  
– К.: Гнозис, 2018. – 390 с.

Humanitarian Bulletin SU "Pereyaslav-Khmelnytsky Pedagogical University by H.  
Skovoroda" – Vol. 37(4), Volume I (23): Thematic Issue "International Chelpanov's Psycho-  
Educational Reading". – The 2nd Edition. – K.: Gnosis, 2018. – 390 p.

Свідоцтво про державну реєстрацію КВ №16427-4899р від 20.01.2010 року.  
Збірник включено до Переліку наукових фахових видань України з педагогічних та  
філософських наук наказом МОН України від 07.10.2016 № 1222.  
Збірник включено до Переліку наукових фахових видань України з психологічних наук  
наказом МОН України від 11.07.2016 № 820.

У тематичному випуску вміщені наукові статті фахівців різних сфер гуманітар-  
ного знання.

У збірнику представлені історичні аспекти становлення психології як  
самостійної науки та роль Г.І. Челпанова у цьому процесі наприкінці XIX - на  
початку XX століть. Здійснений огляд новітньої педагогіки як технології плекання  
довершеної особистості. Психологія XXI століття представлена у сукупності її  
здобутків та перспектив, теоретичних пошуків та емпіричних надбань. Філософія  
людини, суспільства і культури постала у контексті найбільш актуальних проблем,  
що визначаються як змістові виміри третього тисячоліття. Ще один актуальний  
тематичний напрям вміщених у збірнику матеріалів - психологічні, педагогічні та  
організаційні умови запровадження європейських стандартів вищої освіти в Україні.

Для фахівців-освітян, педагогів, психологів, філософів, науковців, дослідників  
психолого-педагогічних та управлінських проблем розвитку освітньої справи в  
Україні та за її межами.

ISBN 978-966-2760-64-4  
ISSN 2308-5126

- © ДВНЗ "Переяслав-Хмельницький ДПУ імені Григорія  
Сковороди", 2016- 2018 р.
- © Східно-Європейський Інститут Психології, 2018 р.
- © Психологічний інститут РАО, 2018 р.
- © Московський міський психолого-педагогічний  
університет, 2018 р.
- © Інститут проблем виховання НАПН України, 2018 р.
- © Видавництво "Гнозис", 2018 р.

## ЗМІСТ

## Розділ 1.

Г.І. ЧЕЛПАНОВ: ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ СТАНОВЛЕННЯ ПСИХОЛОГІЇ ЯК САМОСТІЙНОЇ НАУКИ .....	7
--	---

ХАЛАНГОТ Н.Д., Некоторые находки приват-доцента Г.И. Челпанова в московском архиве и их современный общественный контекст .....	8
---	---

## Розділ 2.

ПСИХОЛОГІЯ ХХІ СТОЛІТТЯ: ЗДОБУТКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ .....	17
--	----

БОЖОК Н.О., Психологічні передумови впливу емоційно-вольової сфери та самооцінки на розвиток фрустраційної толерантності у юнацькому віці .....	18
---	----

ДОНЕЦЬ І.В., Гармонізація психічного гомеостазу: трансперсональний аспект .....	26
---	----

КОМАР Т.О., Психологічні особливості внутрішньоособистісних конфліктів молоді з інвалідністю .....	34
--	----

ЛАНТУХ І.В., Дослідження психологічних особливостей мотиваційної сфери суб'єктів підприємницької діяльності з різним рівнем особистісної надійності .....	46
---	----

ЛЕВИНСЬКА І.Б., Структура професійної компетентності майбутнього психолога: теоретичний вітчизняний досвід .....	57
--	----

ЛИГОМИНА Т.А., Імідж практичного психолога: теоретичний екскурс ..	66
--	----

МАЛЯР О.І., НАЗАРЕНКО Н.А., Психологічне дослідження гендерних уявлень у дітей підліткового віку .....	75
--	----

МЕЛЬНИК О.А., Історія формування інтелектуального пізнання у вітчизняній психології .....	84
---	----

ОВДІСЕНКО І.М., Аналіз теоретичних підходів до розуміння благополуччя особистості .....	93
---	----

ПАНАСЮК Р.В., Психологічні теорії формування «я-концепції» у людей з інвалідністю .....	102
---	-----

СИВОГРАКОВА З.А., Особливості психологічних компонентів особистісного і професійного самовизначення студентів технічного ВНЗ .....	114
--	-----

FURMAN A.V., HIRNYAK A.N., Psychological technology of the interaction between teacher and students under the conditions of innovative module-developmental teaching .....	123
--	-----

ЮЩЕНКО Ю.П., КУНДІЙ Ж.П., КЛИМАЧ Т.М., До проблеми віктимної поведінки у студентській молоді .....	136
--	-----



ЛИГОМИНА Т.А.,  
аспірантка, кафедра практичної  
психології, Інститут людини,  
Київський університет  
імені Бориса Грінченка,  
м. Київ, Україна

## ІМІДЖ ПРАКТИЧНОГО ПСИХОЛОГА: ТЕОРЕТИЧНИЙ ЕКСКУРС

*У статті досліджуються сучасні теоретичні підходи до трактування поняття іміджу та іміджу практичного психолога закладу освіти. Розглядаються основні методологічні підходи до вивчення природи психологічного феномену іміджу та обґрунтовується діяльнісний підхід як провідний у дослідженні. Описуються особливості особистості практичного психолога як суб'єкта іміджу.*

**Ключові слова:** імідж практичного психолога, особистість, навчальний заклад.

*В статье исследуются современные теоретические подходы к трактовке понятия имидж и имиджа практического психолога учебного заведения. Рассматриваются основные теории к изучению природы психологического феномена имидж и обосновывается деятельностной подход к изучению имиджа психолога. Описываются особенности личности практического психолога как субъекта имиджа.*

**Ключевые слова:** имидж психолога, личность, учебное заведение.

*This article researches modern approaches of the interpretation of the concept of image and image of a practical psychologist. Author considers the main theories of study the nature of the psychological phenomenon image and justify practical approach to study the image of a psychologist. Describing personality features of a practical psychologist as a subject of image.*

**Key words:** the image of a practical psychologist, personality, educational institution.

У сучасному швидкоплинному інформаційному суспільстві роль психолога в навчальному закладі набуває особливо-го значення. Педагоги хочуть бачити в особі психолога надійного колегу, який завжди підтримає та допоможе розв'язати складнощі в роботі. Батьки та учні сподіваються, що психолог допоможе розкрити потенціал дитини, знайти її сильні сторони, визначити свій шлях в житті. Необхідною умовою успішної професійної діяльності є здатність професіонала-психолога побудувати «місточки довіри», сформувати авторитетну позицію в колективі – що насамперед визначає його професійну успішність.

Потенційні клієнти будуть довіряти лише такому психологу, в спілкуванні з яким вони відчують себе комфортно, у професіоналізмі якого вони впевнені. Позитивне враження про фахівця часто складається в перші хвилини спілкування на основі його зовнішнього вигляду, манери спілкування, готовності прийняти і зрозуміти. Саме тому той образ, який склався у клієнтів щодо особистості практичного психолога, його професійної компетентності, може або допомагати фахівцю в його діяльності, або навпаки заважати. Вкрай важливим аспектом у професійній діяльності практичного психолога навчального закладу є опікування формуванням власного позитивного іміджу. Імідж практич-

ного психолога має пряме відношення до професійної компетентності особистості, психологічної культури і є важливим показником професійної майстерності. Імідж практичного психолога навчального закладу значною мірою визначає ефективність його взаємодії з учасниками освітнього процесу, є важливою умовою побудови довірливих взаємин, допомагає визначати вектори власного професійного розвитку (В. Бозаджієв, А. Калюжний, М. Кузьміна).

Багатовекторність професійної діяльності спрямовує практичних психологів закладів освіти на постійний пошук ефективних технологій удосконалення власної професійної діяльності і формування привабливого професійного іміджу як умови покращання професійних результатів. Врахування соціально-психологічних чинників його формування і готовність відповідати очікуванням може стати вагомим ресурсом удосконалення професіоналізму практичних психологів.

Проблема іміджу в освітньому процесі стала предметом досліджень лише в останні роки (Л. Донська, В. Ісаченко, Л. Колесникова, О. Красношлюкова, П. Фролов, О. Цокур, О. Чебикін). Останнім часом значно розширилася царина досліджень професійного іміджу студентів-психологів (Л. Зотова, А. Кривцова, О. Купріна, Ю. Нетесана, С. Салманова та ін.). Втім, відомо,



що на етапі професійного навчання формування іміджу майбутнього спеціаліста лише розпочинається, у той час як в умовах професійної діяльності створюються безмежні можливості для його розширення, поглиблення, деталізації. Втім, практичні психологи навчальних закладів мають досить приблизні уявлення про власний імідж, обмежені у своїх спробах оптимізувати, за необхідності, його характеристики.

Метою даної наукової статті є теоретична розвідка проблеми формування професійного іміджу практичного психолога навчального закладу. Для досягнення мети означено низку завдань, зокрема, аналіз теоретичних підходів до розуміння психологічного феномену «імідж практичного психолога»; обґрунтування діяльнісного підходу до вивчення іміджу практичного психолога як провідного у дослідженні; окреслення особливостей особистості практичного психолога як суб'єкта іміджу.

У науковій літературі немає однозначного трактування поняття іміджу. Серед зарубіжних авторів можна виокремити наукові розвідки П. Берда, М. Спіллейн, Б. Швальбе, які пов'язують імідж, насамперед, із зовнішнім виглядом людини («імідж як картинка людини, яку вона представляє іншим» П. Берд) [2]. А також Д. Бурстіна, Б. Брюса і К. Мелдер, що розглядали імідж як спеціально створений носій певного роду інформації (Д. Бурстіна) [20]. І взагалі, поняття «імідж» найчастіше розглядається з точки зору рекламного бізнесу і певної пропаганди, акцентуючи увагу на привабливості та зовнішніх характеристиках.

Питання дослідження іміджу серед вітчизняних науковців також є неоднозначним. О. Петрова стверджує, що імідж – це образ-уявлення, в якому

у складній та визначеній взаємодії поєднуються внутрішні та зовнішні характеристики об'єкту [16].

О. Панасюк наголошує, що імідж це результат сприйняття людьми деяких характеристик об'єкту, внаслідок чого в психіці кожного із них формується образ цього об'єкту, який ними оцінюється [13]. У свою чергу Г. Андреева доповнює, що імідж як специфічний «образ», акцентує увагу лише на певні позитивні сторони об'єкта [1].

Перелигіна О. слушно зауважує, що імідж як символічний та емоційний образ суб'єкта створюється у процесі суб'єкт-суб'єктної взаємодії [14].

Важливою для розуміння сутності досліджуваного феномену є теза А. Санатулової щодо таких характеристик іміджу: це певний емоційно забарвлений синтетичний образ; він формується в свідомості людей щодо особи, організації чи об'єкта; спонукає до певної соціальної поведінки [8].

При всій різноманітності формулювань спільним є погляд на імідж як емоційно забарвлений образ сприйняття, що складається у свідомості людей щодо певного соціального об'єкта. У своєму дослідженні будемо керуватися підходами, згідно яких імідж є соціальним, емоційно забарвленим утворенням, що складається у свідомості соціальної групи в результаті зусиль особистості, основне призначення якого полягає у намаганні справити позитивне враження на оточуючих.

Імідж як предмет дослідження є мультипарадигмальним, тому в науковій літературі немає одного підходу до вивчення цього феномену. Аналіз психологічної літератури показує, що науковці розглядають імідж з точки зору теорії образу, соціальних уявлень, діяльнісного підходу, як результат інтерсуб'єктної взаємодії тощо. Спробуємо детальніше розібратися з

природою виникнення цього явища.

При визначенні поняття «імідж» науковці зазвичай використовують поняття «образ». Тому можливо припустити, що імідж тотожний поняттю образу. Образ розуміється як результат психічного відображення того чи іншого об'єктивного явища, в процесі цього відображення можливі перетворення вихідної інформації, і відповідно образ не обов'язково являє собою точну копію відображуваного. Процес створення образу може бути активним і цілеспрямованим (наприклад, в мистецтві); цей процес може включати процедури аналізу (що дозволяє відобразити типове в об'єкті) і синтезу (завдяки чому образ володіє характеристиками індивідуального явища).

Описані вище характеристики можна застосувати і до іміджу. Проте поняття іміджу не є точним синонімом до поняття образ. Імідж можна визначити як різновид образу, а саме такий образ, прообразом якого є суб'єкт. Суб'єктом зазвичай виступає людина або група людей (колектив, організація) або будь-який предмет, якщо йому в процесі створення і сприйняття, приписуються особистісні, людські якості [14].

Основною відмінністю образу від іміджу, на думку Д. Леонтьєва, є те, що імідж – це спеціально сконструйований образ, в той час як образ існує незалежно від спеціальних зусиль його носія або інших його творців [10].

З точки зору соціальної психології, імідж є різновидом образу, що виникає в результаті соціального пізнання. Дослідники зазначають, що імідж виникає при взаємодії носія іміджу і аудиторії, на яку він розрахований. Тобто імідж має соціальний характер і природу його виникнення можливо обґрунтувати за теорією соціальних уявлень С. Московічі [19].

Існує ряд аспектів, які зближують сутність соціальних уявлень та іміджу: імідж, так само, як і соціальні уявлення, носить колективний характер, є феноменом масової, а не індивідуальної свідомості; імідж, як і соціальні уявлення, має комунікативну природу, виникає в процесі спілкування, взаємодії; імідж безпосередньо залежить від культурного історичного контексту, він динамічний: відповідно до змін в самому носії або в груповій свідомості його атрибути перетворюються, видозмінюються; імідж, і соціальні уявлення направляють, регулюють поведінку індивідів. Положення теорії соціальних уявлень можуть бути використані і для пояснення механізмів формування іміджу [6].

Проте принциповою відмінністю іміджу від соціальних уявлень є мотивація до їх конструювання. Соціальні уявлення необхідні для того, щоб осмислити та пояснити соціальну реальність людини. Щодо іміджу, то він покликаний сприяти суб'єкту прообразу в досягненні успіху. (О. Дагаєва, Г. Андрєєва, О. Перелігіна та ін.)

Динамічно розвивається акмеологічний підхід до вивчення іміджу (А. Деркач, В. Зазихіна, О. Костенко, А. Федоркіна). Цінність акмеологічного підходу полягає в тому, що він включає в себе показники професіоналізму і компетентності, здатність особистості до самопізнання, саморозвитку, самовдосконалення, самореалізації [12].

Дослідники (А. Калюжний, О. Перелігіна) схиляються до того, що імідж як символічний образ суб'єкта, створюється в процесі інтерсуб'єктної взаємодії. Зміст іміджу як образу суб'єкта, що створюється в інтерсуб'єктній взаємодії, визначається відображенням в ньому «Я-концепції» суб'єкта-прообразу. Це трактування пов'язане з протиріччям між «Ідеальним Я» і об-



разом у інших суб'єкта-прообразу, яке потім впливає на «Я-концепцію», причому не тільки на рівні самосприйняття, але і на рівні зміни об'єктивних індивідуальних, особистісних і професійно-діяльнісних характеристик суб'єкта [9].

Пояснюючи використання концепції інтерсуб'єктної природи іміджу, О. Перелігіна наголошує, що це новий погляд на природу іміджу. Він передбачає, що імідж є цілісним утворенням і основною метою створення іміджу є прагнення людини досягти успіху в усіх аспектах життя [15].

Без сумніву, описані вище підходи до вивчення феномену іміджу є обґрунтованими і актуальними для психологічної науки. Беручи до уваги методологічні позиції авторів і спираючись на них, у своєму дослідженні робитимемо акцент на іміджі як засобі удосконалення професіоналізму практичних психологів, їх самовираженні і самореалізації у професії; самого психолога розглядаємо як носія іміджу та активного суб'єкта діяльності по створенню іміджу. Можливості діяльнісного підходу дають змогу відповісти на питання щодо чинників формування іміджу, можливостей оптимізації, механізмів розвитку.

Фундаментальна теорія діяльності в психологічній науці була започаткована ще у ХХ ст., її розробники зазначали, що лише у процесі діяльності людина створює себе саму (О. Леонт'єв, С. Рубінштейн) [17]. Особистість розвивається у процесі діяльності через усвідомлення її необхідності та важливості, своєї ролі в ній на основі діалогічного емоційного контакту з іншими людьми. У діяльності і через діяльність досліджується здатність особистості до саморозвитку, особливості спілкування, визначаються стратегії досягнення цілей тощо [7].

Обґрунтовуючи застосування теорії діяльності при вивченні іміджу психолога необхідно враховувати такі аспекти: імідж виступає як явище включене в систему людської діяльності та використовується в процесі діяльності (сукупність різних форм діяльності, які взаємопліваючи і змінюючи один одного забезпечують формування і реалізацію особистості професіонала); імідж виникає в процесі діяльності, тобто є продуктом діяльності людини; імідж є феноменом соціальним, тобто створюється під час такого специфічного виду діяльності особистості як спілкування; психолог як носій іміджу є суб'єктом діяльності по створенню власного іміджу.

Також, імідж можна розглядати як явище, в якому відбувається злиття всіх видів діяльності:

- перетворювальної, спрямованої на видозміну групи або самої людини;
- пізнавальної, спрямованої особистістю на оточуючих і на саму себе;
- ціннісно-орієнтаційної, націленої на вироблення, осмислення, споживання і поширення ціннісних смислів;
- комунікативної, що представляє собою процес кодування і передачі інформації з подальшою її розшифровкою і постійним обміном смислами [12].

Провідним видом діяльності людини є саме професійна діяльність. Професійна діяльність, більше ніж будь-який інший вид діяльності людини, залучає до себе всю особистість, яка є одночасно і продуктом, і регулятором діяльності. Людина може втілити в продукті своєї праці власне відношення до світу, людей, суспільства, конкретних сфер людської активності [3]. Успішно реалізовувати свою про-

## РОЗДІЛ 2. ПСИХОЛОГІЯ ХХІ СТОЛІТТЯ: ЗДОБУТКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

фесійну діяльність практичний психолог може завдяки його основному інструменту роботи – його особистості. Фундаментом для побудови іміджу суб'єкта, конгруентного його свідомості і підсвідомості, є психологічні особливості особистості. Саме тому психологу необхідна постійна робота з удосконалення і розвитку власної особистості.

Суттєвою для нашого дослідження є класифікація якостей особистості, які допомагають фахівцю у створенні позитивного іміджу:

Комунікативність (здатність легко сходитися з людьми), емпатичність (здатність до співпереживання), рефлексивність (здатність розуміти іншу людину) і красномовність (здатність впливати словом). Ці якості складають набір природних задатків, що допомагають подобатися людям. Володіння перерахованими здібностями і постійні вправи в їхньому розвитку – запорука успішного створення особистого іміджу.

Якості особистості як наслідок її освіти і виховання. До них відносяться моральні цінності, психічне здоров'я і здатність до міжособистісного спілкування.

Якості, що пов'язані з життєвим і професійним досвідом особистості. Особливо важливо, коли цей досвід допомагає в розвитку інтуїції (за Г. Бороздіною) [5].

Науковці (Н. Чепелева, Н. Пьякель, М. Амінов, В. Молоканов, Н. Бачманова, Н. Стафуріна) схиляються до думки, що для успішної професійної діяльності практичний психолог повинен володіти такими якостями як високий рівень комунікативних умінь, розвинений емоційний інтелект, гнучке та творче мислення, рефлексивність, здатність до співпереживання та високий рівень адаптивності [18].

У рамках розгляду характеристик професійної діяльності психолога інформативною складовою для нашого дослідження є поняття «іміджева компетентність психолога», ознаки якої описує у своїх дослідженнях В. Бозаджиев. Автор вбачає у іміджеві компетентності інтегративність якості особистості психолога, що проявляється у здатності та готовності самостійно і успішно формувати власний імідж психолога [4].

Разом з тим слід підкреслити, що не тільки особистісні якості впливають на формування іміджу, а й сам процес формування іміджу призводить до особистісних змін суб'єкта-прообразу іміджу. Емпіричні дослідження, показують, що за допомогою іміджу досягаються глибокі особистісні зміни – насамперед у самому суб'єкті іміджу. Спрямованість цих змін може бути різною, залежно як від змісту іміджу, так і від технологій, які використовувалися при його створенні.

Здійснюючи продуктивну діяльність по формуванню свого іміджу, психолог не тільки демонструє суспільству більш привабливі особистісні і професійні якості, але одночасно з цим в процесі взаємодії вчиться бачити себе з боку, звертати увагу на свої слабкості і недоліки, співвідносити свої суб'єктивні характеристики з еталонним зразком особистості професіонала, що існує у суспільстві та коригувати свій власний образ [12].

Взагалі, діяльність психолога як суб'єкта по створенню власного позитивного іміджу можна умовно охарактеризувати так: початково практичний психолог пізнає для себе образ ідеального психолога, який є у суспільстві, через безпосереднє сприйняття або інші джерела (думки колег, інших людей, книжки, ЗМІ тощо); цей образ немовби застигає у психіці фахівця, далі у



процесі власної професійної діяльності відбувається співвіднесення образу психолога-професіонала з власною системою цінностей, особистісними особливостями, формується уявлення про себе як про фахівця. Включаються певні соціально-психологічні механізми, такі як атрибуція, стереотипізація, генералізація установки, механізм когнітивного дисонансу, навіювання. З часом відбувається ревізія та корекція власних особистісних рис характеру, професійних якостей і акцентується увага на індивідуальних яскравих позитивних сторонах. Психолог програє окремі елементи бажаного іміджу та намагається використовувати ці елементи у своїй професійній діяльності, тобто відбувається вживання в образ. І останній етап – це формування практичним психологом вже власного позитивного іміджу.

**Висновки.** Таким чином, теоретико-методологічним підходом до вивчення іміджу практичного психолога визначено діяльнісну парадигму, що дозволяє комплексно розглянути особливості цього феномену як запоруку успішної професійної діяльності психолога. Здійснений аналіз наукової лі-

тератури дає змогу дійти висновку, що провідним видом діяльності людини є професійна діяльність, яка допомагає особистості в повній мірі проявити себе. Визначено, що професійна діяльність психолога є особливим видом соціальної діяльності, вона дає можливість саморозвитку та самовираження особистості. А ключовим елементом для успішного саморозвитку, самовираження та реалізації особистості в професії виступає імідж, формування якого сприяє ефективному виконанню психологом своєї професійної діяльності.

Визначено, що імідж є різновидом образу і формується він у свідомості людей в результаті зусиль психолога. Імідж є компонентом особистості, що допомагає психологу сформувати образ фахівця, професіонала своєї справи, налагодити ефективну взаємодію з усіма учасниками навчально-виховного процесу.

Подальші перспективи дослідження вбачаємо у вивченні механізмів формування іміджу психолога, виокремленні критерій та показників сформованості професійного іміджу практичного психолога

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Андреева Г. М. Психология социального познания : Учеб. пособие для студентов высших учебных заведений / Г. М. Андреева. – Издание второе, перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 244 с.
2. Берд П. Продай себя! Эффективная тактика улучшения вашего имиджа / П. Берд; Пер. с англ. Т. А. Сиваковой. – М.: Амалфея, 1997. – 208 с.
3. Богдан, Н.Н. Введение в профессиональную деятельность: учеб. пособие / Н.Н.Богдан; Е.В.Балганова; РАНХиГС, Сиб. ин-т упр. – Новосибирск: Изд-во СибАГС, 2013. – 128 с.
4. Бозаджиев В.Л. Имидж психолога. – М.: Издательство «Академия Естествознания», 2009. – 219 с.
5. Бороздина Г. В. Психология делового общения / Г. В. Бороздина. – 2-е изд. – М.: Инфра-М, 2008. – 294 с.
6. Горбаткин Д.А. Имидж организации: структура, механизмы функционирования, подходы к формированию: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2002. – 169 с.
7. Давыдов В. В. О понятии развивающего обучения. Сборник статей. – В. В. Давыдов, –

- Томск: Пеленг, 1995. – 144 с.
8. Имиджелогия. Как нравиться людям (сост., науч. ред. В.М. Шепель). М., 2002. – 635 с.
  9. Калюжный А. А. Социально-психологические основы имиджа учителя : автореф. дис. на соискание учен. степени доктора психол. наук : спец. 19.00.05 «Социальная психология» / А. А. Калюжный. – Ярославль: 2007. – 50 с.
  10. Леонтьев Д.А. Образ, по которому нас встречают // Рекламный мир. 1995. № 6.
  11. Мазоренко М. О. Імідж як феномен професійної культури / М. О. Мазоренко // Проблеми екстремальної та кризової психології : зб. наук. праць. – Харків : УЦЗУ, 2010. – Вип. 13. – С. 170-178.
  12. Основы общей и управленческой акмеологии [Текст]: (Учеб. пособие) / О.С. Анисимов, и.], 1995. – 268 с.
  13. Панасюк А.Ю. Имидж. Энциклопедический словарь А.Ю. Панасюк – М.: РИПОЛ Классик, 2007. – 768 с.
  14. Перелыгина Е. Б. Психология имиджа: учеб. пособие / Е.Б. Перелыгина. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 223 с.
  15. Перелыгина Е.Б. Имидж как феномен intersubjectного взаимодействия (Содержание и пути развития): Дис. ... д-ра психол. наук. М., 2003. – 697 с.
  16. Петрова Е.А. Имиджелогия: избранные труды: монография / Е.А. Петрова. – М. : Ред.-издат. Центр Акад. имиджелогии, 2011. – 192 с.
  17. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии / С. Л. Рубинштейн. – СПб.: Издательство «Питер», 2000. – 712 с.
  18. Чепелева Н.В. Формування професійної компетентності в процесі вузівської підготовки психолога-практика / Н.В. Чепелева // Актуальні проблеми психології: Наук. записки Інституту психології ім. Г.С. Костюка. – К., 1999. – Вип. 19. – С.271-278.
  19. Шкуратова И.П. Исполнение социальных ролей как механизм создания имиджа личности // Имиджелогия-2005: Материалы Третьего международного симпозиума по имиджелогии / Под ред. Е.А. Петровой. М.: РИЦ АИМ, 2005. – С. 64-67.
  20. Boorstin D. The Image, or what Happened to the American Dream. – Harmondsworth, (Mddx), Penguin books, 1963. – 314 p.

## TRANSLITERATION OF REFERENCES:

1. Andreeva H. M. Psykholohiya sotsial'noho znannya: Ucheb. posibnyk dlya studentiv vyshchych navchal'nykh zakladiv / H. M. Andreeva. – Yzdanye vtore, pererab. i dop. – М. : Aspekt Press, 2004. – 244 s.
2. Berd P. Proday sebya! Éffektyvnaya taktyka uluchsheniya vashego ymydza / P. Berd; Per anhl. T. A. Syvakovoy. – М. : Amal'fya, 1997. – 208 s.
3. Bohdan, N.N. Vvedeniya v profesiynu diyal'nist': navchannya. posoby / N.N. Bohdan; E.V. Balhanova; RANKhiHS, Syb. in-t upr. – Novosybirsk: Yzd-vo SybAHS, 2013. – 128 s.
4. Bozadzhyev V.L. Imidzh psykholoha. – М. : Yzdatel'stvo «Akademyya Estestvoznaniya», 2009. – 219 s.
5. Borozdyna H. V. Psykholohiya dilovoho spilkuvaniya / H. V. Borozdyna. – 2-e vydannya. – М. : Ynfra-M, 2008. – 294 s.
6. Horbatkyn D.A. Imidzh orhanizatsiyi: struktura, mekhanizmy funktsionuvannya, pidkhody do formuvannya: Dys. ... kand. psykhol. nauk. М., 2002. – 169 s.
7. Davydov V. V. Pro ponyattya rozvyvayuchoho navchannya. Sbornyk statey. – V. V. Davydov. – Tomsk: Pelenh, 1995. – 144 s.
8. Imidzhelohiya. Yak nrayt'sya lyudyam (sost., Naukovyy red. V.M. Shepel'). М., 2002. – 635 s.
9. Kalyuzhnyy A. A. Sotsial'no-psykholohichni osnovy imidzha uchyteliv: avtoref. dys. na



- soyskanye uchen. stupeni doktora psykol. nauk: spets. 19.00.05 «Sotsial'na psykholohiya» / A. A. Kalyuzhnyy. - Yaroslavl': 2007. - 50 s.
10. Leont'ev D.A. Obraz, za yakym my zustriyemo // *Reklamnyy myt*. 1995. № 6.
11. Mazorenko M. O. Imidzh yak fenomen profesiynoyi kul'tury / M. O. Mazorenko // *Problemy ekstremal'noyi ta kryzovoyi psykholohiyi: zb. nauk. prats'*. - Kharkiv: UTSZU, 2010. - Vyp. 13. - S. 170-178.
12. Osnovy spil'noyi ta upravlencheskoy akmeolohiyi [Tekst]: (Ucheb. Posibnyk) / O.S. Anysymov, A.A. Derkach; Ros. akad. hos. sluzhby pry Prezydente Ros. Federatsiyi. - Moskva: [b. i.], 1995. - 268 s.
13. Panasyuk A.YU. Imidzh Entsyklopedychnyy slovnyk A.YU. Panasyuk - M.: RYPOL Klasyk, 2007. - 768 s.
14. Perelyhyna E. B. Psykholohiya imidzha: natchannya. posobyе / E.B. Perelyhyna. - M.: Aspekt Press, 2002. - 223 s.
15. Perelyhyna E.B. Imidzh yak fenomen intersubektnoho vzayemodiyi (Soderzhanye i shlyakhy rozvytku): Dys. ... d-ra psykol. nauk. M., 2003. - 697 s.
16. Petrova E.A. Ymydzhelohyya: vybrannye trudy: monohrafiya / E.A. Petrova - M.: Red.-yzdat. Tsentr Akad. imidzhelohiyi, 2011. - 192 s.
17. Rubynshteyn S. L. Osnovy zahal'noyi psykholohiyi / S. L. Rubynshteyn. - SPb.: Vydavnytstvo «Pyter», 2000. - 712 s.
18. Chepel'yeva N.V. Formuvannya profesiynoyi kompetentsiyi u protsesi vuzovoyi pidhotovky psykholoha-praktyky / N.V. Chepel'yeva // *Aktual'ni problemy psykholohiyi: Nauk. zapysky Instytutu psykholohiyi im. H.S. Kostyuka*. - K., 1999. - Vyp. 19. - S.271-278.
19. Shkuratova I.P. Vykonannya sotsial'nykh roley yak mekhanizm stvorennya imidzhu osobystosti // *Imidzhelohiya-2005: Materialy tret'oho mizhmarodnoho sympoziumu po imenilohiyi* / Pid red. E.A. Petrova M.: RYTS AIM, 2005. - S. 64-67.
20. Boorstin D. Zobrazhennya abo shcho stalosya z amerykans'koyu miryeyu. - Kharmisenvort, (Maddx), knyhy z pinhviniiv, 1963. - 314 stor.

#### IMAGE OF PRACTICAL PSYCHOLOGIST: THEORETICAL EXCURSION

Lygomina T.A.,

Postgraduate Student, Department of Practical Psychology, Institute of Human,  
Kiev Boris Grinchenko University,  
Kyiv, Ukraine